

Частые ошибки при запуске рекламы в Инстаграме

SMM-специалист Женя Светлая собрала 9 самых частых ошибок, из-за которых реклама в Инстаграме не работает. Перед запуском рекламной кампании советуем проверить себя и смело вычеркивать все пункты, которые точно не про ваш аккаунт.

☐ НЕПОДГОТОВЛЕННЫЙ ПРОФИЛЬ

Перед запуском рекламы важно подготовить свой Инстаграм: оформить шапку профиля, вечные сторис и последние 9 постов в ленте, добавить сайт или мультиссылку. Если аккаунт будет красивым и понятным, клиенты смогут доверять вам и вашему профилю.

☐ НЕТ КОНКРЕТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

В рекламе должно быть какое-то действительно интересное предложение, которое может заинтересовать потенциальных клиентов. Так ваша реклама будет выделяться, а люди поймут, почему нужно написать именно вам.

Неправильно

Снимаю стильные свадьбы

Запись на семейные
фотосессии в директ

Новогодние фотосессии
в студии

Правильно

Фотосессия «Загс + прогулка»
— 8 000 руб. Кадры как из кино.
2 часа съемки, фото
на следующий день

Newborn фотосессия. Снимаю
в своей студии, опыт более 3-х
лет, реквизит бесплатно

Осенние фотоистории. Скидка
1 000 руб. при записи с этой
сторис

☐ СЛОЖНО ПРОЧИТАТЬ ТЕКСТ НА МАКЕТЕ

Старайтесь оформлять макеты так, чтобы текст читался легко. Если шрифт слишком мелкий, а цвет текста сливается с фоном, человеку придется прилагать усилия, чтобы разобрать надпись. Скорее всего, тогда он просто пролистнет рекламу.

☐ ИСПОЛЬЗОВАНА АНИМАЦИЯ

Макеты без анимации, как правило, работают лучше. Когда слайды с текстом сменяются один за другим, приходится ждать, чтобы узнать информацию. Большинство людей не готовы тратить на это время, поэтому сразу пролистывают ролик.

☐ НАВЯЗЧИВАЯ МУЗЫКА В ВИДЕО

В рекламе лучше обходиться без музыки. Громкая или агрессивная композиция может вызывать раздражение. Но если вы считаете ее уместной, пусть мелодия будет тихой и ненавязчивой.

☐ ПРЕДЛОЖЕНИЕ НЕ ОТРАЖАЕТСЯ В ПРОФИЛЕ

При запуске рекламы учитывайте тематику вашего профиля. Перейдя в него, человек должен увидеть то, что вы рекламируете. Например, если вы хотите продвигать осенние фотосессии, в ленте уже должны быть осенние снимки.

☐ НЕТ АКТИВНОСТИ В ПРОФИЛЕ ВО ВРЕМЯ КАМПАНИИ

Важно работать с аудиторией, которая приходит к вам с рекламы. Выкладывайте посты с новыми фотографиями и минимум несколько сторис в день. Рассказывайте подробно о вашем предложении. Делитесь полезной и интересной информацией, которая вдохновит людей прийти к вам на фотосессию.

☐ БЫСТРОЕ ОТКЛЮЧЕНИЕ РЕКЛАМЫ

.03

Не спешите отключать рекламу, если первые результаты не дали заявок или клики кажутся слишком дорогими. Подождите хотя бы один день: люди не готовы сразу записаться на фотосессию, потому что им нужно время на знакомство с вами.

☐ ИСПОЛЬЗОВАН ВСЕГО 1 МАКЕТ И 1 АУДИТОРИЯ

В таргетированной рекламе важно тестировать разные предложения, креативы и гипотезы. Сделайте разные макеты и протестируйте их на одной аудитории. И наоборот, один макет на разные аудитории. Так вы поймете, что у вас лучше работает.

Каждый пункт этого чек-листа влияет на эффективность рекламы.
Начните с проверки этих простых пунктов, и вы сможете запустить успешную рекламную кампанию.

Желаем вам больше клиентов из Инстаграма! ★

Есть вопросы?

Напишите нам на hello@vigbo.com

VIGBO.COM